

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

LEONARDO OLIVEIRA DA COSTA

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA
DE IMPLANTAÇÃO DE
UMA LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
NO BAIRRO Córrego Grande
Município de Florianópolis**

FLORIANÓPOLIS

2004

LEONARDO OLIVEIRA DA COSTA

**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA
DE IMPLANTAÇÃO DE
UMA LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
NO BAIRRO CÓRREGO GRANDE
MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado à disciplina
Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial
para a obtenção do grau de Bacharel em Administração da
Universidade Federal de Santa Catarina, área de concentração
em: Administração Geral.

Professor Orientador: Pedro da Costa Araújo

FLORIANÓPOLIS

2004


LEONARDO OLIVEIRA DA COSTA

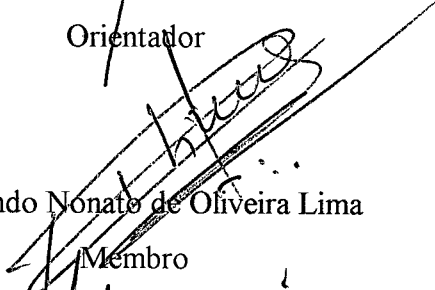
**PROJETO DE VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA
DE IMPLANTAÇÃO DE
UMA LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
NO BAIRRO CÓRREGO GRANDE
MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS**

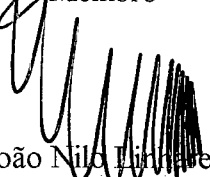
Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina em ()

Prof. Sinésio Stefano Dubiela Ostoski
Coordenador de Estágios

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:


Prof. Pedro da Costa Araújo
Orientador


Raimundo Nonato de Oliveira Lima
Membro


João Nilo Lirio
Membro

Dedico este trabalho a um homem que soube superar todas as suas fraquezas e que me fez acreditar que tudo é possível. O nome dele é Saulo e ele é o meu pai.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Saulo e Léa, por todo o amor e compreensão em todos os momentos .

Aos meus irmãos, Aline e Vinícius, que sempre me incentivaram.

Aos meus sogros, Xavier e Ondina, pelo apoio e carinho que sempre me deram.

A minha amada esposa Graziela, minha verdadeira companheira, pela paciência e carinho, e ao lado de Deus formamos uma família unida e fiel.

Ao meu professor orientador Pedro da Costa Araújo, pela sua disponibilidade, interesse e experiência que fizeram com que este trabalho se tornasse realidade.

Um agradecimento muito especial a todos professores, colegas, amigos e parentes que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a concretização deste trabalho.

COSTA, Leonardo Oliveira. **Projeto de viabilidade econômico-financeiro de uma Loja de Materiais de Construção no bairro do Córrego Grande no município de Florianópolis**. 2004. 60f. Monografia (trabalho de Conclusão de Curso em Administração) Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina.

RESUMO

O presente projeto constitui-se de um estudo de viabilidade econômico e financeiro para a implementação de uma loja de Materiais de Construção no bairro do Córrego Grande no município de Florianópolis-SC. A área de concentração deste projeto de estudo é a Administração Geral.

Neste sentido, o relatório foi dividido em seis partes principais: identificação do problema, onde é definido o tema da pesquisa, bem como sua justificativa; objetivos do projeto, subdivididos em geral e específicos; fundamentação teórica, que servirá como base de apoio científico para o desenvolvimento da pesquisa; metodologia de trabalho, onde constará o modo como foi realizado o estudo; desenvolvimento da pesquisa, que na realidade é o fruto do estudo realizado, onde são abordados os subitens: análise de mercado, aspectos jurídicos e legais, estrutura e organograma, tamanho e localização, arranjo físico, descrição dos equipamentos, processo de trabalho, avaliação econômico-financeira e aspectos contábeis; e por fim as considerações finais sobre a tarefa desenvolvida.

Palavras-chave: Viabilidade – econômico – financeira – Materiais de Construção.

LISTA DE QUADROS E GRÁFICO

Gráfico 01: Crescimento populacional de Florianópolis	27
Quadro 1: Construção do Imóvel	37
Quadro 2: Máquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios	37
Quadro 3: Investimento Fixo Total	38
Quadro 4: Estoque Inicial	39
Quadro 5: Custo de Mão-de-Obra	40
Quadro 6: Despesas Administrativas	41
Quadro 7: Depreciação Mensal	42
Quadro 8: Total de Custos Fixos	43
Quadro 9: Capital de Giro	43
Quadro 10: Investimento Inicial	44
Quadro 11: Previsão de Receita Operacional	45
Quadro 12: Custos Variáveis	45
Quadro 13: Custo de Mercadoria Vendida	46
Quadro 14: Total de Custos Variáveis	46
Quadro 15: Total de Custos.....	47
Quadro 16: Demonstração do Resultado do Exercício	47
Quadro 17: Margem de Contribuição Anual	48
Quadro 18: Ponto de Equilíbrio	48
Quadro 19: Período de Payback	48
Quadro 20: ROI – Retorno sobre o Investimento	49
Quadro 21: Índice de Lucratividade	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA	10
3 OBJETIVOS	11
3.1 Objetivo Geral	11
3.2 Objetivos Específicos	11
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
4.1 Conceito de Projeto	12
4.2 Aspectos Econômicos-Financeiros	13
4.3 Aspectos Administrativos	16
4.4 Aspectos Técnicos	17
4.5 Aspectos Jurídicos e Legais	18
4.6 Aspectos Mercadológicos	19
4.7 O Perfil do Empreendedor em Pequenos Negócios	20
5 METODOLOGIA	23
6 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO	25
6.1 Análise de Mercado	25
6.1.1 Mercado Consumidor	25
6.1.2 Mercado Concorrente	28
6.1.3 Mercado Fornecedor	29
6.2 Aspectos Jurídicos e Legais	30
6.3 Estrutura e Organograma	32
6.3.1 Atribuições	33
6.4 Localização e Tamanho	35
6.5 Arranjo Físico	35
6.6 Avaliação Econômico-Financeira	36
6.6.1 Financiamento	36
6.6.2 Investimento Fixo	36
6.6.2.1 Construção do Imóvel	36
6.6.2.2 Máquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios	37

6.6.2.3 Investimento Fixo Total	38
6.6.3 Capital de Giro	38
6.6.3.1 Estoque Inicial	38
6.6.3.2 Custos Fixos	39
6.6.3.3 Caixa e Bancos	43
6.6.4 Investimento Inicial	43
6.6.5 Previsão de Receita Operacional	44
6.6.6 Custos Variáveis	45
6.6.7 Demonstrativo do Resultado do Exercício	47
6.6.8 Margem de Contribuição	48
6.6.9 Ponto de Equilíbrio	48
6.6.10 Payback	48
6.6.11 ROI - Taxa de Retorno do Investimento	49
6.6.12 Índice de Lucratividade	49
6.7 Considerações Finais	50
REFERÊNCIAS	51
ANEXOS	53
ANEXO A – Foto 1	54
ANEXO B – Foto 2	56
ANEXO C – Planta Baixa e Layout da Loja	58
ANEXO D – Planta Baixa e Layout do Galpão	60

1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Estágio - TCE faz parte das atividades, inclusive da avaliação final, da disciplina de Estágio Supervisionado Obrigatório - CAD 5401 do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina e é pré-requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

A proposta do trabalho é o desenvolvimento de um projeto de viabilidade econômico-financeira de implantação de uma loja de Materiais de Construção no bairro do Córrego Grande no município de Florianópolis.

Neste sentido, o relatório foi dividido em seis partes principais: identificação do problema, onde é definido o tema da pesquisa, bem como sua justificativa; objetivos do projeto, subdivididos em geral e específicos; fundamentação teórica, que servirá como base de apoio científico para o desenvolvimento da pesquisa; metodologia de trabalho, onde constará o modo como foi realizado o estudo; desenvolvimento da pesquisa, que na realidade é o fruto do estudo realizado, onde são abordados os subitens: análise de mercado, aspectos jurídicos e legais, estrutura e organograma, tamanho e localização, arranjo físico, descrição dos equipamentos, processo de trabalho, avaliação econômico-financeira e aspectos contábeis; e por fim a conclusão e considerações finais sobre a tarefa desenvolvida.

É importante ressaltar o fato que o foco deste estudo é a avaliação geral de caráter econômico-financeiro do empreendimento, que somente pode ser alcançada se forem examinados, com o mesmo grau de importância, fatores associados ao mercado e aos aspectos jurídicos, legais, técnicos e administrativos do projeto.

2 IDENTIFICACAO DO PROBLEMA

A partir de uma contínua e longa observação , constatou-se a possibilidade de abertura de uma loja de materiais de construção no bairro do Córrego Grande. Percebe-se o grande crescimento populacional do bairro e demais regiões próximas onde muitas construções estão sendo erguidas. Tendo como base a falta de uma loja de materiais de construção no bairro que possa oferecer uma grande variedade de produtos, desde o alicerce até o acabamento, com um serviço de entrega rápido e eficiente, pode-se definir a grande questão desta pesquisa:

A partir da constatação de sua viabilidade de implantação no bairro do Córrego Grande, quais serão os passos que deverão ser seguidos para levar uma empresa de materiais de construção de pequeno porte a tornar-se operacional?

Segundo SEBRAE (2003) o país tem aproximadamente 4,5 milhões de micro e pequenas empresas formais. Com as informais o numero salta pra 15 milhões. As micro e pequenas empresas respondem por mais de 53% do pessoal ocupado. No entanto, apesar desses números, as condições não são satisfatórias para os pequenos negócios no Brasil.

De acordo com uma pesquisa feita pelo SEBRAE (FERREIRA, 2003), as chances de sobrevivência de um negócio que chega a funcionar após a abertura nos órgãos oficiais de registro de Florianópolis é de 57% após um ano de atividade, 45% após dois anos e 37% após três anos de atividade.

Segundo a pesquisa, a identificação de uma grande oportunidade de negocio é o principal motivo que leva alguém a abrir uma empresa, mas, de modo geral, apenas 33% dos empresários fazem um planejamento ou procuram um assessoramento técnico antes de abrir seu negócio.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Desenvolver um estudo de viabilidade econômico-financeira de implantação de uma loja de materiais de construção no bairro Córrego Grande, no município de Florianópolis.

3.2 Objetivos Específicos

- 1 - Caracterizar o empreendimento;
- 2 - Identificar os mercados consumidor, concorrente e fornecedor;
- 3 - Determinar e descrever os equipamentos necessários à operacionalização da empresa;
- 4 - Identificar os recursos humanos necessários e suas qualificações;
- 5 - Definir os aspectos jurídicos e legais;
- 6 - Levantar os custos de implantação do empreendimento;
- 7 - Determinar o ponto de equilíbrio da empresa;
- 8 - Analisar o retorno do investimento.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o atual processo de globalização do mercado, a concorrência tornou-se cada vez mais acirrada, o que nos permite afirmar que pelo atual momento econômico em que o Brasil passa, não basta alguém ter apenas o espírito empreendedor para obter sucesso nos seus empreendimentos.

Há necessidade sim de planejar o empreendimento, através de estudos de viabilidade, que servirão como base de apoio para a tomada de decisão, frente as incertezas do negócio, afim de minimizar os riscos do investimento e maximizar seus resultados.

Neste sentido, WOILER e MATHIAS (1985, p.23) afirmam que:

“ a fim de garantir que as decisões tomadas conduzam a empresa na direção desejada, é necessário um processo de coleta e seleção de informações para realimentar o processo decisório. Tal processo faz parte integrante do planejamento empresarial.”

E completam: “como subproduto da atividade de planejar tem-se o aprendizado que os executivos obtêm do funcionamento interno da firma, bem como das relações entre a mesma e o meio ambiente.”

4.1 Conceito de Projeto

O projeto pode ser entendido como o conjunto de informações técnicas e administrativas organizadas de tal maneira, que nos permite analisar as vantagens e desvantagens da aplicação dos recursos em um novo empreendimento.

Segundo HOLANDA (1986, p. 95) “o projeto corresponde ao conjunto de informações, sistemática e racionalmente ordenadas , que nos permite estimar os custos e benefícios de um determinado investimento...”, e ainda completa :

“...o projeto representa, de um lado, o procedimento lógico e racional que substitui o comportamento intuitivo e empírico geralmente utilizado para as suas decisões de investimento

e, de outro, o mecanismo de avaliação econômica dos efeitos diretos dessas decisões, em termos de rentabilidade ou eficiência da aplicação de recursos financeiros” (1983, p.97).

Para que um projeto de viabilidade seja bem estruturado, há necessidade de se desenvolver estudos prévios referentes aos aspectos econômicos-financeiros, administrativos, técnicos, humanos, jurídicos e legais do empreendimento, que serão de grande importância para sua implantação.

4.2 Aspectos Econômicos-Financeiros

Todo e qualquer empreendimento faz parte de todo um sistema econômico, não devendo ser avaliado como se fosse algo isolado. Neste sentido a avaliação econômica do projeto se faz muito importante, pois analisa o projeto dentro de um contexto mais amplo. Com base nos estudos técnicos e financeiros, onde é feita a comparação entre os custos e benefícios, pode-se obter elementos de convicção para decidir quanto a viabilidade e oportunidade do projeto.

O estudo econômico-financeiro inicia-se com a fixação dos recursos financeiros, materiais e humanos do empreendimento, ~~afim~~ de determinar seu capital inicial. Segundo CHIAVENATO (1995, p. 29) este “capital constitui o recurso financeiro básico da empresa: o investimento efetuado pelos proprietários ou acionistas para a criação e operação do negócio”.

Ainda segundo CHIVENATO (1995) o capital inicial pode ser de dois tipos: **capital próprio**, constituído pelo capital dos proprietários e acionistas da empresa, e **capital de terceiros**, constituído pelos recursos obtidos através de empréstimos, debêntures, ou outras modalidades de crédito.

Geralmente a empresa recorre ao capital de terceiros quando não possui o capital mínimo necessário para dar início às suas atividades. A essa busca de capital de terceiros, denomina-se financiamento. CHIAVENATO (1995, p. 114) conceitua financiamento como

“... uma operação por meio da qual a empresa obtém recursos financeiros de terceiros para capital de giro ou ativos circulantes temporários e permanentes, bem como para investimento”. Vale lembrar que dependendo do período do financiamento, este pode ser classificado de curto, médio ou longo prazos.

Outro aspecto bastante importante para a empresa será definir a margem de contribuição de cada um de seus produtos e, principalmente, o seu ponto de equilíbrio, que é obtido a partir da análise das relações entre custos, volume de produção e respectivas receitas, e lucro. Os custos podem ser fixos, variáveis ou semivariáveis.

Segundo WELSCH (1985, p.195):

“Os custos fixos ou constantes são aqueles que não variam com o nível de produção ou atividade. Eles acumulam-se com o passar do tempo, isto é, são custos de períodos. Permanecem constantes em termos de valor por um prazo curto, independentemente do volume de atividade dentro de certo intervalo relevante”.

WELSCH (1985, p.197) também descreve os custos variáveis como:

“... aqueles itens de custo que variam em *proporção direta* com o volume de produção ou atividade de um departamento ou qualquer outra subunidade da empresa. Os custos variáveis são custos de atividade porque se acumulam em consequência de esforços produtivos ou do volume de trabalho de um departamento”.

Já os custos semivariáveis, WELSCH (1985, p.200) define como:

“...aqueles que aumentam ou diminuem com acréscimos ou decréscimos do volume de produção ou atividade, *mas não exatamente nas mesmas proporções* (...) possuem algumas características tanto de custos fixos quanto de custos variáveis. Em geral, a variabilidade dos custos semivariáveis pode ser atribuída ao efeito conjunto (1) da passagem do tempo, (2) da atividade ou volume de trabalho e (3) de decisões administrativas.”

Tendo conhecimento dos seus custos totais pode-se então definir o ponto de equilíbrio da empresa. Conforme CHIAVENATO (1995, p. 26) “o ponto de equilíbrio pode ser definido como o valor e/ou quantidade vendida que não apresenta nem lucro nem prejuízo para a empresa”, ou seja, a partir deste ponto pode-se definir o nível de operações e volume de receitas necessárias para cobrir os custos operacionais.

Já a margem de contribuição unitária pode ser definida como “a diferença entre a receita de venda de uma unidade e a soma dos custos e despesas variáveis dessa mesma unidade” sendo que “a margem de contribuição total é a soma de todas as margens de contribuição unitárias relativas às unidades vendidas.” (MARTINS e ASSAF NETO, 1993, p.182)

Não menos importante para o empreendimento é a determinação do seu capital fixo e capital de giro.

O capital fixo é aquele formado pelos seus ativos imobilizados, ou seja, “... corresponde a uma imobilização de recursos na aquisição de um conjunto de bens que não se espera venha a ser objeto de transações correntes da empresa...”(HOLANDA, 1986, p. 261).

Já o capital de giro ou capital de trabalho é aquele formado pelos ativos circulantes, ou como define HOLANDA (1986, p. 267) é o

“ conjunto de recursos de capital que se transforma em recursos monetários, no decorrer de um ciclo operacional, entendendo-se como ciclo operacional o tempo necessário para que os recursos de caixa disponíveis ao início do período sejam transformados em produtos acabados e em valores a receber, até a sua recuperação final, novamente sob forma de caixa”.

4.3 Aspectos Administrativos

A estrutura organizacional e administrativa, e o planejamento de pessoal operacional e de administração são de responsabilidade da área administrativa da empresa.

Neste sentido é de grande importância que as pessoas que irão compor o quadro funcional da empresa sejam bem selecionadas e tenham um treinamento adequado para a atividades que exercerão. Ao mesmo tempo, é fundamental que o empreendedor ofereça totais condições para que tais pessoas obtenham o máximo de conhecimento e informação a

respeito dos produtos e serviços oferecidos pela empresa. Desta maneira tais empregados ficarão capacitados para desenvolver suas atividades.

Segundo JUCIUS e SCHLENDER (1975, p. 102):

“a organização de uma boa equipe não estará completa sem um bom programa de treinamento e educação. Isto é necessário, em primeiro lugar, para transmutar o potencial de um indivíduo em aptidão real para fazer o que é necessário (...) Em segundo lugar, o treinamento é necessário porque as condições se modificam”.

Ainda sobre treinamento tem-se a colocação de CHIAVENATO (1995, p. 59) que diz que “...o melhor treinamento para a equipe é o conhecimento de todas as facetas do negócio em que ela irá colaborar...”, ou seja, a equipe de trabalho precisa estar bem informada a respeito do produto ou serviço da empresa e suas características, do mercado consumidor, do mercado concorrente e dos fornecedores.

Outro aspecto bastante importante para a administração é criar um bom clima organizacional para que o seu pessoal trabalhe com vontade e motivação, contribuindo assim para o crescimento da organização.

4.4 Aspectos Técnicos

Os aspectos técnicos a serem considerados neste projeto são o tamanho da empresa, sua localização e seus equipamentos, produtos e serviços.

Quanto ao tamanho do empreendimento, isto vai depender do total de capital investido, do número de empregados, da capacidade de produção do bem ou serviço e das expectativas de faturamento.

Segundo HOLANDA (1986, p. 172) “ O objetivo do estudo de tamanho de um projeto é a determinação de uma solução ótima que conduza aos resultados mais favoráveis para o projeto, em seu conjunto”, e ainda completa que o tamanho ótimo é aquele que

assegure “a mais alta rentabilidade, ou a maior diferença entre custos e benefícios privados”.

No que se refere a localização da empresa, pode-se afirmar que devem ser considerados vários fatores, tais como: infra-estrutura (telefone, água, energia elétrica, etc.); facilidade de acesso e comunicação; segurança do local; concentração populacional; poder de compra da população; custo de transporte, entre outros.

Assim como no tamanho do projeto, HOLANDA (1986, p. 197) considera a localização ótima como sendo “...aquela que assegura a maior diferença entre custos e benefícios, privados e sociais...”, ou seja, “...é a que permite obter a mais alta taxa de rentabilidade (critério privado) ou o custo mínimo (critério social)”.

Já quanto aos equipamentos utilizados pela empresa para produção de produtos ou prestação de serviços, deve-se considerar:

- “... especificações técnicas ou de qualidade do produto;
- vida útil, exigências de manutenção e perspectivas de quebras, desgaste ou obsolescência;
- espaço, fundações e cautelas especiais exigidas para instalação; e
- flexibilidade de uso e possibilidades de reforma ou substituição futura” (HOLANDA, 1986,p.157/158).

4.5 Aspectos Jurídicos e Legais

Segundo CHIAVENATO (1995, p. 37) a empresa pode ser classificada segundo os seguintes critérios: firma individual, quando esta é representada por um único proprietário; sociedade de pessoas ou sociedade anônima quando é composta pela associação de duas ou mais pessoas.

Para que uma empresa possa ser constituída, vários procedimentos devem ser tomados, tais como:

- elaborar o Contrato Social e o contrato de locação do imóvel ou escritura de propriedade, registrados em cartório;
- registrar a empresa na Junta Comercial;
- registrar a empresa na Secretaria da Fazenda;
- registrar a empresa no INSS;
- inscrever a empresa na Prefeitura do município;
- obter alvará de funcionamento;
- mandar confeccionar os blocos de Notas Fiscais;
- registrar a empresa no sindicato patronal.

4.6 Aspectos Mercadológicos

Para CHIAVENATO (1995, p.16):

“O mercado é a arena de operações da empresa. É onde se travam as batalhas não só para conquistar o cliente disputado entre vários concorrentes, mas também para descobrir as necessidades do cliente, a fim de desenhar e projetar mercadorias e serviços adequados a essas necessidades, fazendo com que ele escolha o seu produto ou serviço e não o dos concorrentes. Isto significa fazer a empresa voltar para o mercado e para o cliente, bem como para a competição”.

Portanto, para a elaboração de um projeto é muito importante a realização de pesquisa de mercado, a fim de identificar as reais necessidades dos clientes potenciais, analisar a concorrência e buscar os melhores fornecedores.

Apesar de se interagirem, pode-se dividir o mercado em mercado consumidor, mercado concorrente e mercado fornecedor.

O mercado consumidor é aquele composto pelos clientes ou potenciais clientes que utilizarão os produtos ou serviços a serem oferecidos pela nova empresa, ou seja, são os “indivíduos e famílias que comprem produtos ou serviços para consumo pessoal” (KOTLER, 1993, p.173). Quanto maior a quantidade de informações que se tem sobre os

clientes e suas necessidades e expectativas, maiores serão as possibilidades de um empreendimento obter sucesso.

Já o mercado concorrente, é aquele composto pelas empresas que oferecem produtos ou serviços similares ou equivalentes aos que o novo empreendimento deseja oferecer. Para vencer o mercado concorrente, o novo empreendimento deve conhecer os seus pontos fortes e fracos, procurando corrigir as falhas encontradas e aprimorar suas qualidades de acordo com as necessidades dos clientes. Um bom relacionamento com os fornecedores também é um fator relevante para vencer a concorrência.

Segundo KOTLER (1993, p.173):

“ Uma empresa está raramente só no seu esforço de atender a um dado mercado consumidor. Seus esforços para construir um sistema eficiente de marketing para atender o mercado são acompanhados por esforços semelhantes de outras partes. O sistema de marketing da empresa é rodeado e afetado por uma variedade de concorrentes, os quais têm que ser identificados, monitorados e desbancados para se obter e manter a lealdade do consumidor.”

Por fim, têm-se o mercado fornecedor, composto pelas empresas que fornecem os insumos e serviços necessários para o funcionamento de um novo empreendimento. Em outras palavras, “fornecedores são indivíduos e firmas de negócios que suprem os recursos necessários à empresa e aos concorrentes para a fabricação de produtos e serviços” (KOTLER, 1993, p.171). Na escolha dos fornecedores deve-se observar vários aspectos, tais como: preço; qualidade dos produtos ou serviços; condições de pagamento; prazos de entrega; garantias e assistência técnica. Sendo assim, é recomendável fazer pesquisa de mercado para a escolha dos fornecedores.

4.7 O Perfil do Empreendedor em Pequenos Negócios

O desenvolvimento de novos empreendimentos é fundamental para aqueles que decidem viver diretamente do seu trabalho como empreendedores.

Vários são os motivos que levam uma pessoa a querer ter o seu próprio negócio:

- vontade de ganhar dinheiro;
- vontade de ser o seu próprio patrão;
- vingar-se de alguma situação de menosprezo ou indiferença;
- medo de uma futura demissão no emprego;
- empreender para fugir do caminho profissional do pai ou de alguém significativo;
- necessidade de provar a si mesmo e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento;
- desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não só para si, mas para a sociedade.

Segundo DEGEN (1989, p. 8):

“A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esse bens e serviços.”

Ser empreendedor, acima de tudo, significa ter a necessidade de realizar coisas novas, de pôr em prática idéias próprias, com a finalidade de alcançar o sucesso profissional. Tais características não são encontradas tão facilmente nas pessoas.

Neste sentido, David McClelland (*apud* DEGEN, 1989, p. 10) afirma que psicologicamente existem dois grandes grupos de pessoas, “uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo, e uma maioria que, na realidade, não se importa tanto assim. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam”.

E é justamente nesta minoria, a que faz as coisas acontecerem, que se enquadra o empreendedor.

PEREIRA (1995, p. 46-47) descreve o perfil do empreendedor bem-sucedido:

- “
- É motivado pelo desejo de realizar.

- Corre riscos viáveis, possíveis.
- Tem capacidade de análise.
- É igual às outras pessoas quanto à moralidade, que é questão de caráter.
- Precisa de liberdade para agir e para definir suas metas e os caminhos para atingi-las.
- Sabe onde quer chegar.
- Confia em si mesmo.
- Não depende dos outros para agir; sabe, porém, atuar conjuntamente.
- É tenaz, firme e resistente ao enfrentar dificuldades.
- É otimista, sem perder o contato com a realidade.
- É flexível sempre que preciso.
- Administra suas necessidades e frustrações, sem por elas se deixar dominar.
- É corajoso; porém, não é temerário.
- Sabe postergar, deixando para depois a satisfação de suas necessidades.
- Mantém a auto-motivação, mesmo em situações difíceis.
- Aceita e aprende com seus erros e com os erros dos outros.
- É capaz de recomeçar de novo, se necessário.
- Mantém a auto-estima, mesmo em situações de fracasso.
- Tem facilidade e habilidade para as relações interpessoais.
- É capaz de exercer liderança, de motivar e de orientar outras pessoas com relação ao trabalho.
- É criativo, na solução de problemas, de todos os tipos.
- É capaz de delegar.
- É capaz de dirigir sua agressividade para a conquista de metas, a solução de problemas e o enfrentamento de dificuldades.
- Usa a própria intuição e a de outras pessoas para escolher os melhores caminhos, corrigir a atuação dele, descobrir lacunas a serem preenchidas no Mercado, para avaliar a tendência dos negócios e a variação deste; também a emprega para escolher pessoas, sejam elas sócios, fornecedores ou funcionários.
- Procura sempre qualidade.
- Acredita no trabalho como participação e contribuição social.
- Tem prazer em realizar o trabalho e em observar seu próprio crescimento empresarial.
- É capaz de administrar bem o tempo.
- Não busca, exclusivamente, posição ou reconhecimento social.
- É independente, seguro e confiante, na execução de sua atividade profissional.
- É capaz de desenvolver os recursos de que necessita e de conseguir as informações que precisa.
- Tem desejo de poder, como todos temos, consciente ou inconsciente. ”

Não necessariamente o empreendedor deverá ter todas estas qualidades para iniciar um empreendimento, porém com o desenvolvimento do seu negócio, e principalmente, com a experiência que ele irá adquirir, muitas destas características necessariamente serão desenvolvidas para a conquista dos seus objetivos.

5 METODOLOGIA

Caracterização da pesquisa

Será utilizada a pesquisa qualitativa, pois de acordo com Mattar (1997, p.77), “a pesquisa qualitativa identifica a presença ou a ausência de algo”, ou seja, a viabilidade do negócio proposto.

Tipo de pesquisa

Quanto aos meios a pesquisa será bibliográfica, documental e de campo.

Bibliográfica, onde devemos destacar as categorias centrais, os conceitos e as noções usadas pelos diferentes autores. Mattar (1999, 82) define a pesquisa bibliográfica como “uma das formas mais rápidas e econômicas de amadurecer ou aprofundar um problema de pesquisa”.

Documental, tendo em vista a utilização de documentos e coleta de dados primários da empresa estudada.

E de campo que segundo Minayo (1994, 59) “se realiza através do contato direto do pesquisador com o fenômeno observado para obter informações sobre a realidade dos atores sociais em seus próprios contextos.”

Quanto aos fins, a pesquisa poderá ser classificada como exploratória, pois não existe um estudo sistematizado sobre o tema proposto, e descritiva, já que será apresentada sob forma de relatório escrito.

Técnica de Coleta de Dados

Para Mattar (1997, p.63) “em função do tipo de pesquisa e da fonte de dado, o pesquisador deverá a seguir determinar quais métodos e técnicas de coleta de dados irá utilizar”.

Para a obtenção das fontes de dados utilizou-as as fontes secundarias. Mattar (1997, p.62) “define como sendo fontes primárias os dados nunca coletados, tabulados e analisados, e secundários os dados que já foram coletados, tabulados e analisados que estão à disposição para consulta”.

Universo da Pesquisa

Amostragem segundo Mattar (1997, p.260), é o processo de colher amostras de uma população, sendo que a idéia básica de amostragem está em que a coleta de dados em alguns elementos da população e sua análise podem proporcionar relevantes informações de toda a população. Ele classifica os tipos de amostragem em dois grupos: amostragem probabilística e não probabilística.

O tipo de amostragem utilizada é a amostragem não probabilística que consiste em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do investigador no campo. Não há nenhuma chance conhecida de que um elemento qualquer da população venha fazer parte da amostra (MATTAR 1997, p.266)

6 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

Para o desenvolvimento deste capítulo foram analisados todos os aspectos básicos para a elaboração do estudo de viabilidade econômico-financeira de implantação de uma loja de materiais de construção no bairro do Córrego Grande no município de Florianópolis.

O capítulo foi dividido em uma série de subitens de estudos onde são abordados: análise de mercado, aspectos jurídicos e legais, estrutura e organograma, tamanho e localização, arranjo físico, descrição dos equipamentos, processo de trabalho, avaliação econômico-financeira e aspectos contábeis.

6.1 Análise de Mercado

Neste estudo foram considerados os mercados: consumidor, concorrente e fornecedor, que foram estudados individualmente.

6.1.1 Mercado Consumidor

O mercado consumidor que se espera atingir é um mercado muito amplo, compreendendo os bairros do Córrego Grande, Parque São Jorge, Jardim Anchieta, Santa Mônica, Pantanal, Carvoeira, Trindade e proximidades.

Segundo o vereador João Batista Nunes, que é morador do bairro Córrego Grande e está a par destas informações, a população do local está estimada em 10.000 habitantes e tem um crescimento populacional anual de aproximadamente 10%.

O vereador João Batista Nunes também informa que 50% das moradias do bairro são casas e a outra metade são apartamentos. Outro dado importante citado pelo vereador diz respeito a população da Bacia do Itacorubi, que compreende os bairros citados acima. Segundo ele, esta Bacia tem uma população estimada em 60.000 habitantes e uma taxa de crescimento populacional elevada, haja vista a quantidade de construções sendo feitas na região.

Tendo como base o crescimento populacional do município de Florianópolis, podemos afirmar que o bairro do Córrego Grande e a bacia do Itacorubi, onde está inserido, estão em processo de crescimento. No gráfico abaixo podemos observar o crescimento populacional do município de Florianópolis nos últimos 14 anos.

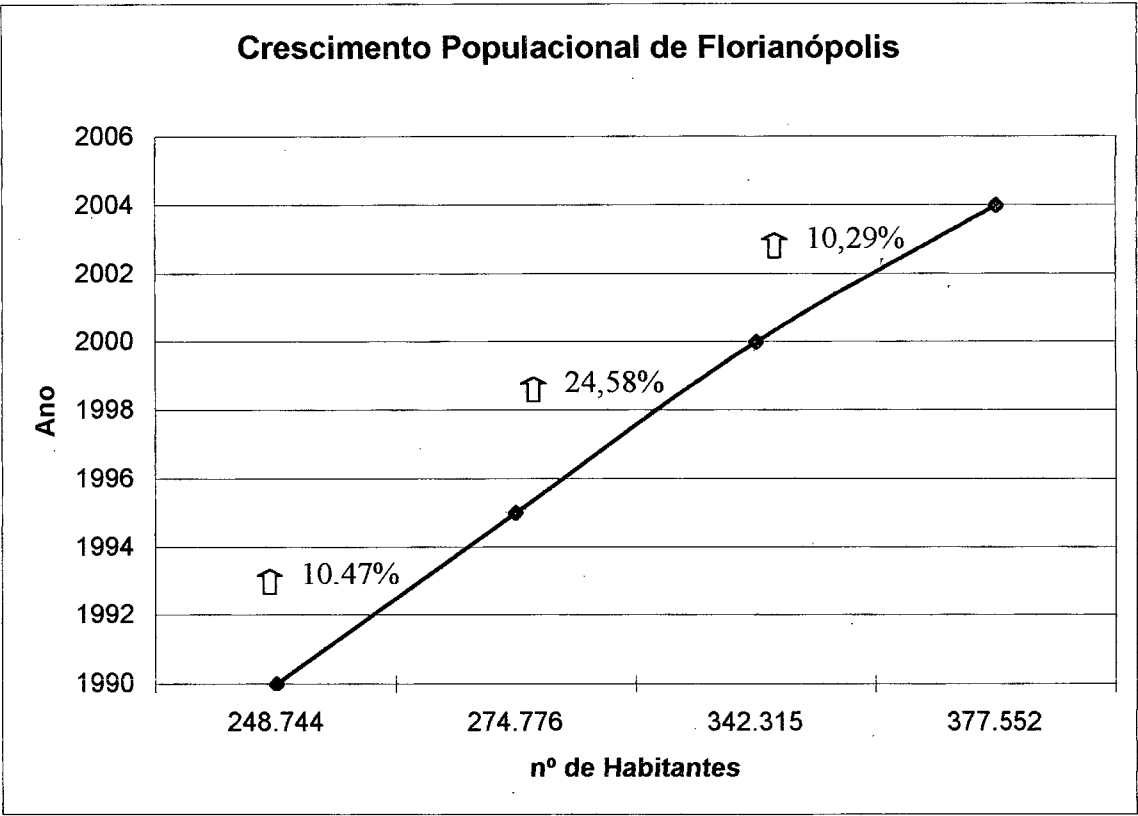


Gráfico 1 – Crescimento populacional do município de Florianópolis

Outro dado importante considerado relevante para este estudo diz respeito a quantidade de vendas realizadas pela Loja Oliveira & da Costa Materiais de Construção no bairro Córrego Grande e proximidades. Pode-se constatar que aproximadamente 10% do total de suas vendas são realizadas nesta região, gerando uma receita de R\$ 20.000,00 mensais.

Leva-se a crer que o bairro tem um grande potencial de vendas, tendo em vista que a Loja Oliveira & da Costa está localizada na Lagoa da Conceição e não faz nenhuma divulgação no bairro Córrego Grande e suas proximidades.

6.1.2 Mercado Concorrente

Analisando toda a região da grande Florianópolis, tem-se como concorrentes todas as lojas de materiais de construção da cidade, totalizando 99 lojas, dados estes retirados da lista telefônica Listel ano 2002/2003 .

Entretanto, são considerados concorrentes diretos os estabelecimentos que mais se aproximam da região na qual se pretende implementar o negócio e que tem um grande potencial de vendas na região. São eles:

Constrular Materiais de Construção

R. João Pio Duarte Silva, 1124 - Córrego Grande

Fone: (48) 234-3248

Casas da Água Materiais de Construção

Av. da Saudade, s/n - Trindade

Fone: (48) 333-1088

Casa do Cano

R. Lauro Linhares, s/n – Trindade
R. Cons. Mafra, 378 – Centro
Fone(s): (48) 234-0217 / 224-4393

Cassol Materiais de Construção
SC 401, Km 01 - Itacorubi
Fone: (48) 334-9666

Hidrofusos Com. Material de Construção
R. Alba Dias Cunha, 244 - Trindade
Fone: (48) 333-3335

Luciano Materiais de Construção
R. Dep. Antônio Edu Vieira, 351 - Pantanal
Fone: (48) 233-0151

Supermatéc Casa do Encanador
Av. da Saudade, 10 - Trindade
Fone: (48) 333-2710

6.1.3 Mercado Fornecedor

A Oliveira & da Costa Materiais de Construção já possui um cadastro de 185 fornecedores aptos a oferecer todos os materiais necessários a operacionalização do negócio. Contudo segue abaixo uma listagem dos principais fornecedores:

- Akzo Nobel Ltda – Ferragens;
- Amanco do Brasil S/A – Material hidráulico;
- Argamassas Quartzolit – Argamassas e rejuntas;
- Cerâmica Barroca – Tijolos e telhas de barro;

- Cerâmica Joia – Tijolos e revestimentos de barro;
- Corzim Internacional Ltda – Tintas;
- Docol Ltda – Metais sanitários e acessórios;
- Electro Vidro S/A – Blocos de vidro;
- Famastil Ferramentas S/A – Ferragens;
- Fibra Náutica Ltda – Caixas d’água;
- Imbralit S/A – Telhas de fibrocimento;
- Iriel Industria Elétrica Ltda – Material elétrico;
- Lorenzetti S/A – Duchas e acessórios;
- Montana Química S/A – Tintas e vernizes;
- Pirelli Cabos S/A – Cabos elétricos;
- Sika S/A – Impermeabilizantes;
- Stam Metalúrgica Ltda – Fechaduras e ferragens;
- Tigre S/A – Material hidráulico.

6.2 Aspectos Jurídicos e Legais

A empresa em estudo terá a forma jurídica de sociedade por cotas de responsabilidade limitada - ME.

Para que esta empresa seja legalmente constituída será necessária a realização de uma série de procedimentos legais, relacionados a seguir.

1º PASSO: Consulta de viabilidade na Secretaria de Administração da Prefeitura Municipal de Florianópolis. Tal consulta servirá para saber se a localização e a atividade da empresa estarão respeitando o Código de Zoneamento Urbano do município.

2º PASSO: Consulta à Junta Comercial do Estado - JUCESC, para verificar se não existe registrado algum nome igual ou parecido ao proposto.

3º PASSO: Consulta facultativa à Receita Federal.

4º PASSO: Elaboração do Contrato Social da empresa, sob a orientação de um advogado inscrito na OAB.

5º PASSO: Registro da empresa na Junta Comercial do Estado - JUCESC.

6º PASSO: Obtenção do CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica junto à Receita Federal. Neste caso será necessário:

- Preencher a Ficha Cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ, em 2 vias;
- Preencher o Quadro Societário (anexo FCPJ) também em 2 vias;
- Apresentar o original do Contrato Social ou cópia autenticada, já registrados na JUCESC.

7º PASSO: Obtenção da Inscrição Estadual na Secretaria da Fazenda. Para tal será necessário:

- Preencher a FAC - Ficha de Atualização Cadastral, em 2 vias;
- Recolher a taxa DAR - Documento de Arrecadação, em 3 vias;
- Entregar fotocópia do Contrato Social, autenticado, já registrado na JUCESC;
- Entregar fotocópia da Ficha de CNPJ, com respectivo número;
- Entregar fotocópia da Declaração de ME, carimbada pela JUCESC;
- Entregar fotocópia do CPF, inclusive do Cônjuge, se for o caso, autenticada;
- Entregar fotocópia da Carteira de Identidade de todos os sócios, autenticadas;
- Entregar fotocópia do Comprovante de residência (conta de luz/ telefone);
- Entregar fotocópia autenticada da Escritura/ Contrato de Locação do imóvel/ Croqui de localização.

8º PASSO: Inscrição da empresa no Cadastro Fiscal da Prefeitura Municipal de Florianópolis, Secretaria de para obtenção do Alvará,. Para tal será necessário:

- Apresentar Contrato Social original, registrado na JUCESC;
- Apresentar CNPJ;

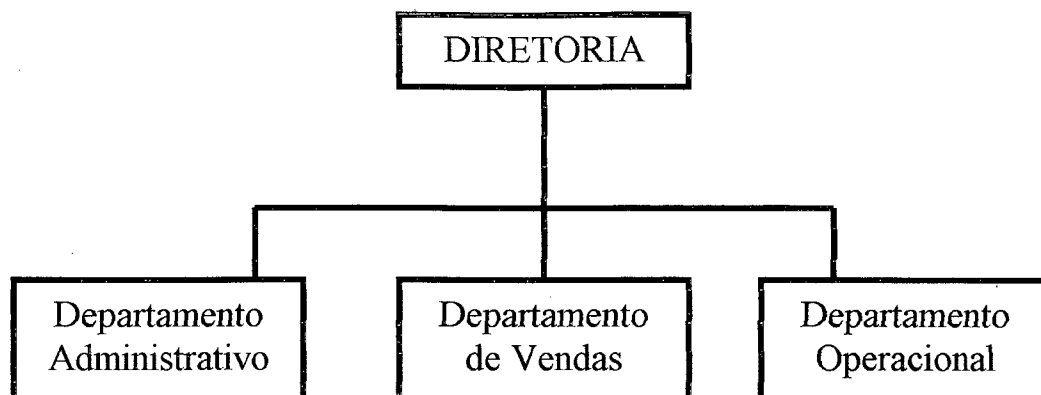
- Requerimento de vistoria do Corpo de Bombeiro. OBS: a empresa pode optar pelo preenchimento da Declaração de Garantia de Segurança Contra Incêndio para requerer o atestado de vistoria;
- Apresentar Consulta de Viabilidade;
- Apresentar Escritura/ Contrato de Locação do Imóvel;
- Preencher o CMC - Cadastro Municipal de Contribuintes ou Ficha de Recadastramento Pessoa Jurídica, fornecido pela Prefeitura;
- Recolher TLL - Taxa de Licença para Localização (valor calculado de acordo com número de empregados e ramo de atividade);
- Recolher TLP - Taxa de Licença de Publicidade, em caso de utilização de placas de identificação;

Atendendo todos estes passos acima relacionados, a empresa estará legalmente autorizada para iniciar suas atividades.

6.3 Estrutura e Organograma

A empresa será administrada pelos sócios-gerentes e sua estrutura contará com três departamentos: Departamento Administrativo, Departamento Operacional e Departamento de Vendas. Os serviços de contabilidade serão executados por empresa contratada.

Neste sentido, o organograma da empresa deverá apresentar-se da seguinte forma:



O Departamento Administrativo contará com um quadro de 1 gerente administrativo e 1 auxiliar administrativo. O Departamento Operacional contará com 1 gerente de operações, 1 motorista, 2 ajudantes de entrega e 1 ajudante de pátio. Já o Departamento de Vendas contará com 2 vendedores e um caixa. Caberá também ao gerente administrativo supervisionar o Departamento de Vendas.

Os sócios irão exercer as funções de gerente administrativo e gerente de operações, respectivamente.

6.3.1 Atribuições

1. *Gerente Administrativo/Vendas:*

- definir prioridades;
- manter contatos com publicitários e empresas de comunicação visual , escrita e auditiva, objetivando divulgar e vender uma boa imagem da empresa;
- elaborar os anúncios de divulgação da empresa;
- conquistar novos clientes e manter os clientes atuais;
- manter-se informado sobre as atividades dos concorrentes;

- elaborar contratos de aluguéis e quadros de controle administrativo-financeiros;
- efetuar controle administrativo, de vendas, financeiro e de pessoal da empresa;
- executar funções relacionadas as áreas comercial, de vendas, de planejamento e marketing da empresa.
- efetuar cobrança junto aos clientes, quando as mercadorias não forem pagas à vista.

2. Auxiliar Administrativo:

- executar serviços de digitação;
- atender chamadas telefônicas;
- organizar os documentos da empresa;
- controlar e providenciar o pagamento das despesas (aluguel, luz, telefone, duplicatas, etc.);
- efetuar eventuais serviços bancários e de administração geral.

3. Gerente de Operações:

- definir prioridades;
- fiscalizar as atividades operacionais da empresa;
- cuidar da manutenção dos equipamentos/veículos da empresa;
- organizar a sequência de atividades de entrega de mercadorias ;

4. Motorista:

- Levar os materiais vendidos até os locais determinados;
- zelar pelos materiais e equipamentos de serviço;
- efetuar a cobrança de notas à serem recebidas no local da entrega;
- controlar os ajudantes de entrega a fim de executarem os serviços determinados.

5. Ajudantes de entrega:

- transportar as mercadorias da loja para o veículo de entrega;
- transportar as mercadorias do veículo de entrega até o local de entrega;
- zelar pelos materiais e equipamentos de serviço.

6. *Ajudante de pátio:*

- organizar as mercadorias no pátio da loja;
- Atender e transportar as mercadorias aos clientes que irão busca-las no pátio;
- embalar areia, brita, argamassa e barro para venda.
- Ajudar no transporte de mercadorias para o veículo de entrega.

6.4 Localização e Tamanho

O local onde será construída a loja fica na Rua João Pio Duarte Silva, próximo ao Posto de Saúde, na estrada geral do bairro Córrego Grande, local de grande circulação de pessoas e que faz ligação à Av. Beira Mar e aos bairros do Itacorubi e Lagoa da Conceição.

Pode-se visualizar a foto da loja e do galpão para depósito da Oliveira & da Costa Materiais de Construção no bairro Lagoa da Conceição, que é o que se pretende construir no bairro Córrego Grande, nos anexos A e B, respectivamente.

O tamanho do local para as instalações da loja seguirá os padrões da loja que já existe na Lagoa da Conceição, cobrindo uma área de 805 m² (23x35m), sendo que 319 m² são de área construída e o restante será dividido para estacionamento e para depósito de material pesado tais como, tijolos, telhas, brita, areia, etc.

6.5 Arranjo Físico

A loja terá um tamanho de 204 m² (12x17m), onde abrigará prateleiras de armazenagens de produtos, expositores para visualização dos produtos, um balcão para atendimento aos clientes, outro balcão destinado ao caixa, um banheiro para uso coletivo, um escritório para os gerentes e outro banheiro exclusivo para o escritório. Pode-se verificar o lay-out no anexo C.

Também será construído um galpão de 115 m² (5x23m), dividido em 3 partes, para armazenamento de materiais. Pode-se visualizar o Lay-out no anexo D.

6.6 Avaliação Econômico-Financeira

Nesta etapa do projeto serão apresentados os principais aspectos econômicos e financeiros relacionados à implantação da empresa, tais como: financiamento, investimento fixo, capital de giro, investimento inicial, previsão de receita operacional, custos variáveis, demonstrativo do resultado do exercício, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, payback, taxa média de retorno e índice de lucratividade.

6.6.1 Financiamento

O projeto proposto será totalmente financiado através de recursos próprios dos sócios, que irão integralizar o Capital Social em partes iguais, sendo estes discriminados no Contrato Social da empresa.

6.6.2 Investimento Fixo

Para o funcionamento do empreendimento são necessários alguns investimentos fixos. São eles: construção do imóvel, máquinas, equipamentos, móveis e utensílios.

6.6.2.1 Construção do Imóvel

Os investimentos necessários para a construção de uma loja de 204 m2 e um galpão de 115 m2 estão relacionados no quadro 1:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	VALOR (R\$)
1	Materiais para Construção	25.000,00
2	Pintura	3.000,00
3	Mão-de-Obra	15.000,00
TOTAL		43.000,00

Quadro 1: Construção do Imóvel

6.6.2.2 Máquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios

Serão listados no quadro 2 os itens necessários a implementação e operacionalização da loja.

Item	Descrição	Quant.	Preço Unit. (R\$)	PreçoTotal (R\$)
1	Veículo tipo Caminhão Volkswagen ano 1999/2000	1	40.000,00	40.000,00
2	Aparelho de ar condicionado	1	600,00	600,00
3	Gôndola para armazenamento de mercadorias (400 x 200 x 50cm)	8	250,00	2.000,00
4	Arquivo de aço com 4 gavetas	1	185,00	185,00
5	Armário para escritório (190 x 80 x 35cm)	1	255,00	255,00
6	Mesa para escritório (120 x 60 x 74cm)	2	140,00	280,00
7	Banqueta de madeira	5	25,00	125,00
8	Cadeira giratória de escritório	3	68,00	204,00
9	Micro-computador Pentium	4	1.850,00	7.400,00
10	Impressora matricial modelo epson	1	350,00	350,00
11	Impressora jato de tinta HP	1	400,00	400,00
12	Impressora para cupom fiscal	1	1.500,00	1.500,00
13	Mesa para microcomputador e impressora	1	110,00	110,00
14	Material de escritório		300,00	400,00
	Total			53.809,00

Quadro 2 – Máquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios

6.6.2.3 Investimento Fixo Total

Está discriminado no quadro 3 o investimento fixo total para a implantação e operacionalização do empreendimento.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
1	Construção do Imóvel	43.000,00
2	Maquinas, Equipamentos, Móveis e Utensílios	53.809,00
TOTAL		96.809,00

Quadro 3 – Investimento Fixo Total

6.6.3 Capital de Giro

O Capital de giro serve para financiar o ciclo operacional da empresa. Nele são encontrados o estoque inicial total e as contas caixa e bancos. Assim, cada empresa deve ter aplicado em seu Capital de Giro um montante que seja compatível com a própria essência de seu negócio.

6.6.3.1 Estoque Inicial

Os produtos necessários para iniciar as operações de vendas do empreendimento por um período de trinta dias serão relacionados no quadro 4 por grupos de produtos.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
1	Tijolos e Telhas de Barro	4.000,00
2	Ferro	4.000,00
3	Brita, areia, argamassa	3.200,00
4	Cimento e derivados	13.500,00
5	Artefatos de cimento	1.600,00
6	Telhas de Fibrocimento	750,00
7	Tubos Água e Esgoto	1.720,00
8	Conecções Água e Esgoto	2.100,00
9	Ferragens	4.175,00
10	Material Elétrico	4.250,00
11	Louças e Metais Sanitários	1.140,00
12	Pisos e Azulejos	780,00
13	Esquadrias de Madeira e Alumínio	820,00
14	Duchas e Chuveiros	400,00
15	Máquinas Elétricas	850,00
16	Madeira	1.800,00
17	Artigos p/ o Lar	1.850,00
18	Outros	1.560,00
TOTAL		48.495,00

Quadro 4 – Estoque Inicial

6.6.3.2 Custos Fixos

Mão-de-Obra

O quadro de funcionários da loja contará, como já foi citado anteriormente, com 1 gerente administrativo, que é sócio da empresa, 1 auxiliar administrativo, 1 gerente de

operações, que também é sócio da empresa, 1 motorista, 2 ajudantes de entrega e 1 ajudante de pátio, 2 vendedores e 1 caixa.

Serão relacionados no quadro 5 os salários que são definidos pelo sindicato do comércio varejista e os encargos sociais e trabalhistas são calculados de acordo como a legislação vigente.

Item	Função	Quant	Salário Mensal (R\$)	Encargos Sociais (R\$) (27,44%)
2	Auxiliar Administrativo	1	504,00	138,30
3	Motorista	1	600,00	164,64
4	Ajudante	4	2.016,00	553,19
5	Vendedor	2	1.008,00	276,60
6	Caixa	1	604,00	165,74
Total Mensal (salário + encargos)				6.030,23
Total Anual (salário + encargos)				72.362,76

Quadro 5 – Custo de Mão-de-Obra

Despesas Administrativas

Segue abaixo o quadro 6, referente as despesas administrativas mensais e anuais.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)	VALOR ANUAL (R\$)
1	Pró-labore	2.000,00	24.000,00
2	Contabilidade	250,00	3.000,00
3	Água	40,00	480,00
4	Energia Elétrica	350,00	4.200,00
5	Telefone	300,00	3.600,0
6	Aluguel do Terreno	1.500,00	18.000,00
7 ¹	Outros	300,00	3.600,00
	TOTAL	4.740,00	56.880,00

Quadro 6 – Despesas Administrativas

Depreciação

A vida útil dos equipamentos indicada para o cálculo da depreciação levou em conta as informações proporcionadas pelos fornecedores, a expectativa de utilização dos equipamentos e da mobília, a qualidade dos materiais, entre outras.

Desta forma chegou-se ao quadro 7 onde temos a depreciação dos equipamentos:

¹ O Item 7 (Outros) refere-se a despesas administrativas que por ventura possam ocorrer.

Item	Especificação	Quant.	Valor Unit. (R\$)	Valor Total (R\$)	Vida Útil (meses)	Depreciação mensal (R\$)
1	Veículo tipo Caminhão Volkswagen ano 1999/2000	1	40.000,00	40.000,00	36	1.111,00
2	Aparelho de ar condicionado	1	600,00	600,00	60	10,00
3	Gôndola para armazenamento de mercadorias (400 x 200 x 50cm)	8	250,00	2.000,00	120	16,67
4	Arquivo de aço com 4 gavetas	1	185,00	185,00	120	1,54
5	Armário para escritório (190 x 80 x 35cm)	1	255,00	255,00	120	2,13
6	Mesa para escritório (120 x 60 x 74cm)	2	140,00	280,00	120	2,33
7	Banqueta de madeira	5	25,00	125,00	48	2,60
8	Cadeira giratória de escritório	3	68,00	204,00	120	1,70
9	Micro-computador pentium	4	1.850,00	7.400,00	48	154,17
10	Impressora matricial modelo epson	1	350,00	350,00	48	7,30
11	Impressora jato de tinta HP	1	400,00	400,00	48	8,66
12	Impressora para cupom fiscal	1	1.500,00	1.500,00	48	31,25
13	Mesa para microcomputador e impressora	1	110,00	110,00	120	0,92
14	Material de escritório		300,00	300,00	60	5,00
Total				53.809,00		
Total Depreciação Mensal						1.355,27
Total Depreciação Anual						16.263,24

Quadro 7 – Depreciação Mensal

Será apresentado no quadro 8 o total dos custos fixos.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)	VALOR ANUAL (R\$)
1	Mão-de-Obra	6.030,23	72.362,76
2	Desp. Administrativas	4.740,00	56.880,00
3	Depreciação	1.355,27	16.263,24
	TOTAL	12.125,50	145.506,00

Quadro 8 – Total de Custos Fixos

6.6.3.3 Caixa e Bancos

Segundo pesquisa realizada no SEBRAE/SC, considera-se como saldo ideal para a conta caixa e bancos o valor multiplicado de 3 à 6 vezes o total dos custos fixos mensais. Para fins de cálculo multiplicaremos por 3 os custos fixos totais.

Portanto, segue o quadro 9 que representa o capital de giro necessário para um bom funcionamento da empresa.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)
1	Estoque Inicial Total	48.495,00
2	Caixa e Bancos	36.376,50
	TOTAL	84.871,50

Quadro 9 – Capital de Giro

6.6.4 Investimento Inicial

Após encontramos os valores do investimento fixo total, do capital de giro total tem-se no quadro 10 o investimento inicial.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
1	Investimento Fixo	96.809,00
2	Capital de Giro	84.871,50
	TOTAL	181.680,50

Quadro 10 – Investimento Inicial

6.6.5 Previsão de Receita Operacional

Os valores das receitas aqui sugeridos foram apresentados através da utilização de dados históricos das receitas da loja da Oliveira & da Costa Materiais de Construção no bairro da Lagoa da Conceição no seu primeiro ano de funcionamento. Esta é uma definição provável dos valores das receitas mensais, entretanto podem ocorrer algumas variações decorrentes de forças externas, do ambiente externo, tais como ações governamentais, condições climáticas, concorrência desleal, etc.

Para tanto, elaborou-se cenários para a previsão de receita, variando 10% do cenário provável.

Os valores estão expressos no quadro 11.

	CENÁRIOS		
MÊS	Pessimista	Provável	Otimista
1	69.400,80	77.112,00	84.823,20
2	70.336,80	78.152,00	85.967,20
3	84.030,30	93.367,00	102.703,70
4	86.998,50	96.665,00	106.331,50
5	91.978,20	102.198,00	112.417,80
6	86.733,00	96.370,00	106.007,00
7	102.600,00	114.000,00	125.400,00
8	92.880,00	103.200,00	113.520,00
9	89.019,00	98.910,00	108.801,00
10	95.100,30	105.667,00	116.233,70
11	100.646,10	111.829,00	123.011,90
12	107.262,00	119.180,00	131.098,00
TOTAL	1.076.985,00	1.196.650,00	1.316.315,00
Média	89.748,75	99.720,83	109.692,92

Quadro 11 – Previsão de Receita Operacional

6.6.6 Custos Variáveis

No quadro 12 serão considerados custos variáveis:

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL (R\$)	VALOR ANUAL (R\$)
1	Publicidade e Propaganda	400,00	4.800,00
2	Material de Expediente	50,00	600,00
3	Material de Limpeza	60,00	720,00
4	Combustível	500,00	6.000,00
5	Manutenção de Equipamentos	300,00	3.600,00
6 ²	Outros	200,00	2.400,00
TOTAL		1.510,00	18.120,00

Quadro 12 – Custos Variáveis

Custo de Mercadoria Vendida

Como na previsão de receitas, no quadro 13 serão descritos os custos de mercadorias, determinados a partir de dados históricos encontrados na Oliveira & da Costa Lagoa da Conceição. Também foram elaborados cenários para o custo de mercadorias vendidas, variando 10% do cenário provável.

MÊS	CENÁRIOS		
	Pessimista	Provável	Otimista
1	45.304,32	50.338,13	55.371,94
2	45.759,86	50.844,29	55.928,83
3	54.592,95	60.658,83	66.724,71
4	55.634,85	61.816,50	67.998,15
5	59.559,30	66.177,00	72.794,70
6	56.105,78	62.339,76	68.573,74
7	66.173,92	73.526,58	80.879,24
8	59.825,55	66.472,83	73.120,11
9	56.837,58	63.152,87	69.468,16
10	60.088,72	66.765,24	73.441,76
11	62.929,71	69.921,90	76.914,09
12	66.737,20	74.152,44	81.567,68
Total	689.549,72	766.166,36	842.783,00
Média de CMV	57.462,48	63.847,20	70.231,92

Quadro 13 – Custo de Mercadoria Vendida

² O Item 6 (Outros) refere-se a algum custo variável a mais que possa ocorrer.

No quadro 14 serão determinamos o total dos custos variáveis.

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	CMV	689.549,72	766.166,36	842.783,00
2	Custos Variáveis	18.120,00	18.120,00	18.120,00
TOTAL		707.669,72	784.286,36	860.903,00

Quadro 14 – Total dos Custos Variáveis

No quadro 15 temos o total de todos os custos fixos e variáveis.

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Custos Fixos	145.506,00	145.506,00	145.506,00
2	Custos Variáveis	707.669,72	784.286,36	860.903,00
TOTAL		853.169,72	929.786,36	1.006.403,00

Quadro 15 – Total de Custos

6.6.7 Demonstração do Resultado do Exercício

No quadro 16 temos a DRE anual, onde será definido o lucro operacional. Os impostos estão de acordo com a Legislação Federal e Estadual vigente, onde a empresa está enquadrada.

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Receita Bruta	1.076.985,00	1.196.650,00	1.316.315,00
2	(-) Impostos (14,55%)	(156.701,32)	(174.112,57)	(191.523,83)
3	Receita Líquida	920.283,68	1.022.537,43	1.124.791,17
4	(-) Custos de Receita	(707.669,72)	(784.286,36)	(860.903,00)
5	Lucro Bruto	212.613,96	238.251,07	263.888,17
6	(-) Despesas Operacionais	(145.506,00)	(145.506,00)	(145.506,00)
	Lucro Operacional	67.107,96	92.745,07	118.382,17

Quadro 16 – Demonstração do Resultado do Exercício

6.6.8 Margem de Contribuição

$MC = RB - CV$

Onde, MC = Margem de Contribuição

RB = Receita Bruta

CV = Custos Variáveis

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Receita Bruta	1.076.985,00	1.196.650,00	1.316.315,00
2	(-) Custos Variáveis	(707.669,72)	(784.286,36)	(860.903,00)
TOTAL		369.315,28	412.363,64	455.412,00

Quadro 17 – Margem de Contribuição Anual

6.6.9 Ponto de Equilíbrio

$PE = CF/MC$

Onde, PE = Ponto de Equilíbrio

CF = Custos Fixos

MC = Margem de Contribuição

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Custos Fixos	145.506,00	145.506,00	145.506,00
2	Margem de Contribuição	369.315,28	412.363,64	455.412,00
Ponto de Equilíbrio		39,40%	35,29%	31,95%

Quadro 18 – Ponto de Equilíbrio

6.6.10 Payback

$P = I_i/LL$

Onde, P = Período de Payback

I_i = Investimento Inicial

LL = Lucro Líquido

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Investimento Inicial	181.680,50	181.680,50	181.680,50
2	Lucro Líquido Anual	67.107,96	92.745,07	118.382,17
Payback em anos		2,71	1,96	1,53

Quadro 19 – Período de Payback

6.6.11 ROI – Taxa de Retorno do Investimento

$ROI = M \times R$

onde, M = Margem sobre Vendas

R = Rotação do Investimento

e como, $M = \frac{\text{Lucro Líquido do Período}}{\text{Vendas do Período}}$ e $R = \frac{\text{Vendas do Período}}{\text{Invest. Inicial Total}}$

Temos no quadro 20:

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Margem sobre Vendas	0,0623	0,0775	0,0899
2	Rotação do Investimento	5,9279	6,5866	7,2452
Taxa de Retorno do Investimento		36,93%	51,05%	65,13%

Quadro 20 – ROI

6.6.12 Índice de Lucratividade

$I = LL/RB$

Onde, I = Índice de Lucratividade

LL = Lucro Líquido

RB = Receita Bruta

ITEM	DESCRIÇÃO	Pessimista	Provável	Otimista
1	Lucro Líquido	67.107,96	92.745,07	118.382,17
2	Receita Bruta	1.076.985,00	1.196.650,00	1.316.315,00
Índice de Lucratividade		6,23%	7,75%	8,99%

Quadro 21 – Índice de Lucratividade

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abertura de uma loja de materiais de construção no Bairro Córrego Grande, através deste estudo, mostra-se uma oportunidade de negócio bastante promissora. O bairro do Córrego Grande e a bacia do Itacorubi possuem visivelmente um grande potencial de crescimento e conseqüentemente existe uma necessidade de instrumentos para alavancar este crescimento. É realmente inegável a carência de uma boa loja de materiais de construção que possa atender com qualidade e eficiência as necessidades da população local.

Os objetivos do presente trabalho foram plenamente alcançados, pois além da constatação da viabilidade do empreendimento, também pôde-se analisar isoladamente os aspectos econômicos, financeiros, administrativos, técnicos e mercadológicos, bem como os requisitos jurídico-legais, contábeis e tributários que envolvem a abertura da loja.

A avaliação econômico-financeira, permite concluir que o empreendimento é viável. Tem-se como cenário provável para operacionalização do empreendimento um ponto de equilíbrio de 35,29%, ou seja, com aproximadamente 35% do faturamento cobre-se todas as despesas e custos fixos.

Chegou-se a um período de Payback de aproximadamente 2 anos, em que todo o capital investido é recuperado e com uma taxa de retorno sobre o investimento de 51,05% ao ano. Também com o índice de lucratividade próximo de 8% ao ano, entende-se ser um índice considerável se levarmos em conta o que é possível ganhar com qualquer tipo de aplicação financeira.

Temos então, um projeto viável.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um novo negócio? 1.ed., São Paulo: Makron Books, 1995.

DEGEN, Ronald. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. 8. ed., São Paulo: Mc Graw-Hill, 1989.

FERREIRA, Cláudio (coord.). Pesquisa sobre mortalidade de empresas e seus fatores condicionantes. Florianópolis: Sebrae-SC. Disponível em:
<[http:// www.sebrae-sc.com.br/novos_destaquas/mpe](http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destaquas/mpe)>. Acesso em: 22 abr. 2003.

FRANCISCO, Valter De. Matemática Financeira. 5.ed., São Paulo: Atlas, 1985.

HOLANDA, Nilson. Planejamento e Projetos. 12.ed., Fortaleza: UFC, 1986.

JUCIUS, Michael J., Schlender, Willian E. Introdução à administração: elementos de ação administrativa. 3.ed., São Paulo: Atlas, 1975.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 3.ed., São Paulo: Atlas, 1993.

MARTINS, Eliseu, ASSAF NETO, Alexandre. Administração Financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias. 1.ed., São Paulo: Atlas, 1993.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997. Vol. I.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997. Vol. II.

MINAYO, Maria.Cecília Souza (org.). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

PEREIRA, Heitor José. Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor. Coordenação: Heitor José Pereira e Silvio Aparecido dos Santos. Brasília: SEBRAE, 1995. 316p.

PMF. **Prefeitura Municipal de Florianópolis.**

Disponível em: <[http:// www.pmf.sc.gov.br/saude/pop_abrangencia/pop_unidades.htm](http://www.pmf.sc.gov.br/saude/pop_abrangencia/pop_unidades.htm).

SEBRAE. **Micro e pequenas empresas empregam mais que as grandes organizações.**

Disponível em: <[http:// www.sebrae-sc.com.br/novos_destakes/mpe/boletimMPEs.pdf](http://www.sebrae-sc.com.br/novos_destakes/mpe/boletimMPEs.pdf)>.

Acesso em 22 abr. 2003.

WELSCH, Glenn A. Orçamento empresarial. 4.ed., Trad. por Antonio Z. Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1985.

WOILER, Samsão, MATHIAS, Whashington F. Projetos: planejamento, elaboração e análise. 1.ed., São Paulo: Atlas, 1985.

ANEXOS

ANEXO A

**FOTO DA LOJA OLIVEIRA & DA COSTA MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO NO
BAIRRO LAGOA DA CONCEIÇÃO**



ANEXO B

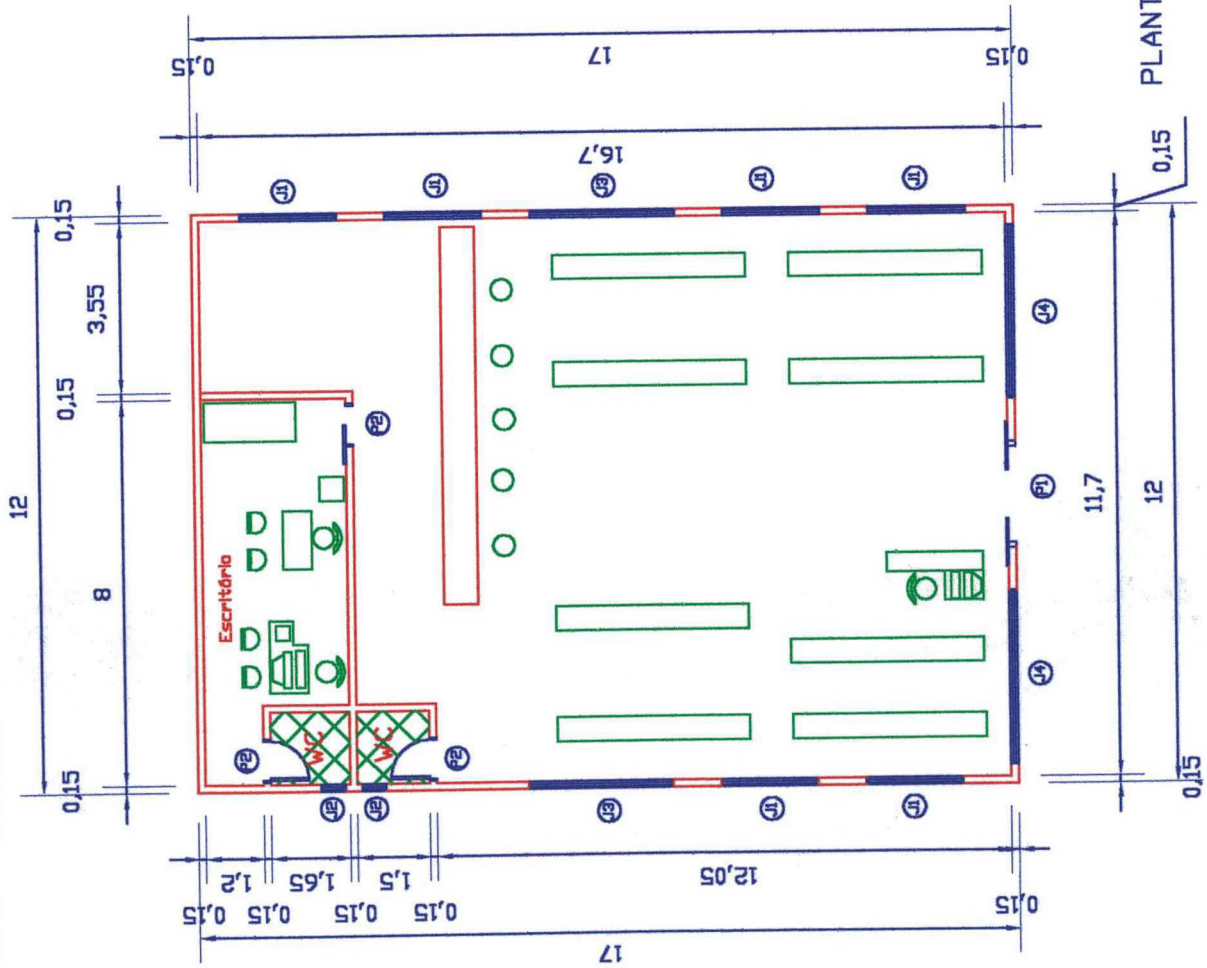
**FOTO DO GALPÃO DA OLIVEIRA & DA COSTA MATERIAIS DE
CONSTRUÇÃO NO BAIRRO LAGOA DA CONCEIÇÃO**



ANEXO C

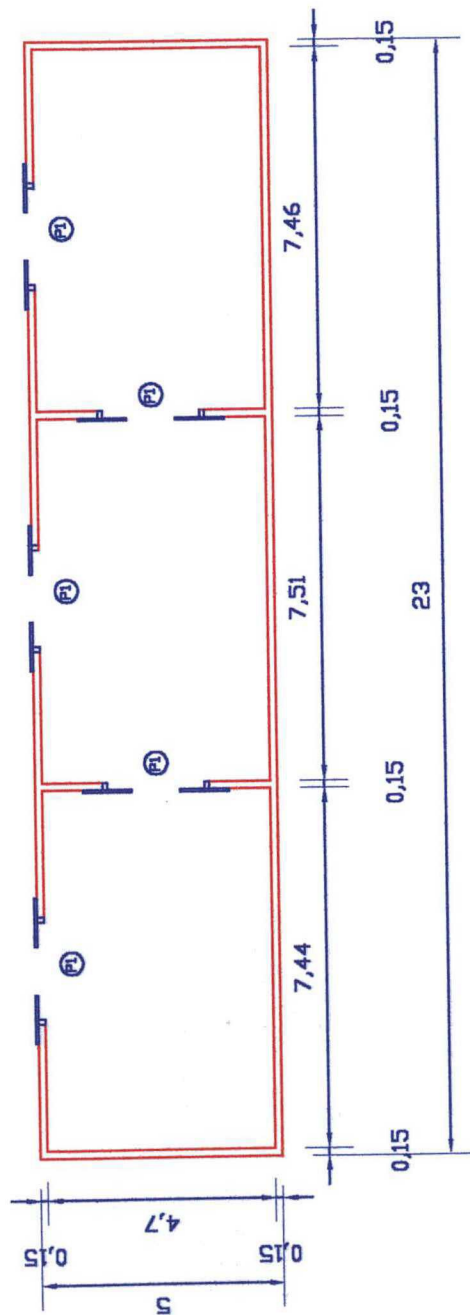
PLANTA BAIXA E LAY-OUT DA LOJA QUE SE PRETENDE CONSTRUIR

TABELA DE ESQUADRIAS		
Janelas	Portas	
① 2m x 1m	① 2m x 2.1m	
② 0.5m x 0.5m	② 0.8m x 2.1m	
③ 3m x 1m		
④ 3.6m x 2.0m		



PLANTA BAIXA C/ LAY-OUT - LOJA

ANEXO D**PLANTA BAIXA E LAY-OUT DO GALPÃO QUE SE PRETENDE CONSTRUIR**



PLANTA BAIXA - GALPAD